

**STRATEGI E- MARKETING DAN BRAND AWARENESS
MELALUI PEMASARAN ONLINE MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA CAFE
COFFEE ISEFF DI KABUPATEN TANGERANG**

SKRIPSI

Program Studi : Manajemen Strata-1



Oleh :

Nama : Putri Nurjanah

Nim : 190400057

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

2023

***E-MARKETING STRATEGY AND BRAND AWARENESS
THROUGH TIKTOK SOCIAL MEDIA ONLINE MARKETING
TOWARDS CONSUMERS BUYING INTEREST IN CAFE
COFFEE ISEFF IN TANGERANG REGENCY***

THESIS

Study Program : Strata-1 Management



Arranged By :

Name : Putri Nurjanah

Nim : 190400057

***FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA NEGARA UNIVERSITY OF INDONESIA***

2023

**STRATEGI E- MARKETING DAN BRAND AWARENESS
MELALUI PEMASARAN ONLINE MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA CAFE
COFFEE ISEFF DI KABUPATEN TANGERANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Program Studi Manajemen-Strata 1



Oleh :

Nama : Putri Nurjanah

Nim : 190400057

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

2023

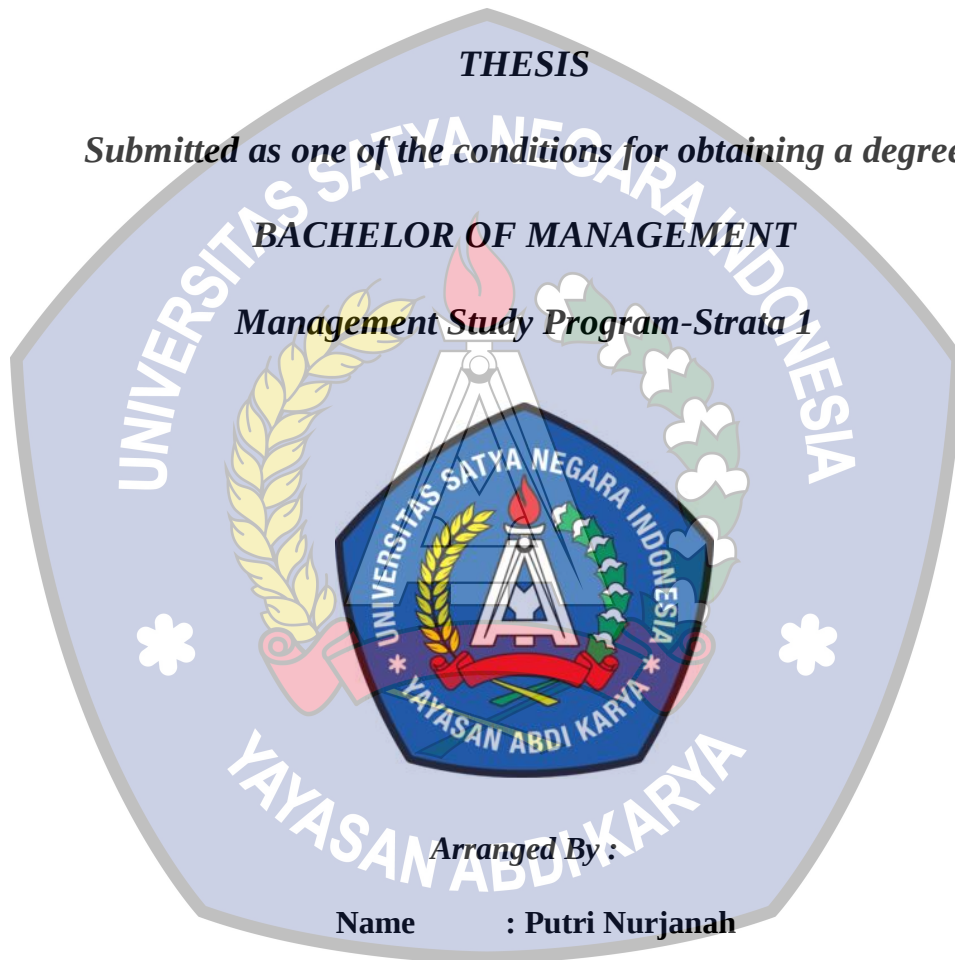
***E-MARKETING STRATEGY AND BRAND AWARENESS
THROUGH TIKTOK SOCIAL MEDIA ONLINE MARKETING
TOWARDS CONSUMERS BUYING INTEREST IN CAFE
COFFEE ISEFF IN TANGERANG REGENCY***

THESIS

Submitted as one of the conditions for obtaining a degree

BACHELOR OF MANAGEMENT

Management Study Program-Strata 1



Arranged By :

Name : Putri Nurjanah

Nim : 190400057

***FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA NEGARA UNIVERSITY OF INDONESIA***

2023

SURAT PERYATAAN SENDIRI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Putri Nurjanah

Nim : 190400057

Program studi : Manajemen

Dengan ini membuat pernyataan bahwa hasil penelitian ini adalah benar hasil diri sendiri dan semua isi penelitian sudah menjadi tanggung jawab saya pribadi. Jika saya mengutip kata atau kalimat dari karya peneliti sebelumnya, maka saya cantumkan sumber dengan ketentuan yang sesuai. Oleh karena itu, saya siap dan bersedia diberikan sanksi dibatalkannya penelitian ini, bila terbukti melakukan penjiplakan karya.

Demikian surat ini saya buat dengan sungguh-sungguh.

Jakarta, 22 Februari 2023


METERAI TEMPEL
88 CAVOC239745638
Putri Nurjanah
190400057

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Putri Nurjanah

Nim : 190400057

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Strategi E- Marketing dan Brand Awareness Melalui Pemasaran Online Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Cafe Coffee Iseff di Kabupaten Tangerang.

Tanggal Ujian: 22 Februari 2023

Jakarta, 22 Februari 2023

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Hendri Jopanda, SE., M.SI)

(GL. Hery Prasetya, SE., MM)

Dekan

Ketua Jurusan

(GL. Hery Prasetya, SE., MM)

(Yuslinda Nasution, SE., MM)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI
STRATEGI *E-MARKETING* DAN *BRAND AWARENESS*
MELALUI PEMASARAN ONLINE MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA CAFE
COFFEE ISEFF DI KABUPATEN TANGERANG

OLEH

Nama : Putri Nurjanah

Nim : 190400057

Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal 22 Februari 2023 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Penguji Pembimbing I

(GL. Hery Prasetya, SE., MM)

Anggota Penguji I

(Agus Wahyono, SE., MM)

Anggota Penguji II

(Yuslinda Nasution, SE., MM)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya kepada penulis, karena dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“STRATEGI E- MARKETING DAN BRAND AWARENESS MELALUI PEMASARAN ONLINE MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA CAFE COFFEE ISEFF DI KABUPATEN TANGERANG”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia.

Pada kesempatan ini juga peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, membimbing dan memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Prof. Ir. Johnner Sitompul, M. Sc. Ph.D
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, GL. Hery Prasetya, SE., MM. yang sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I Skripsi.
3. Ketua Jurusan Manajemen, Yuslinda Nasution, SE., MM. Yang telah memberikan motivasi dan pengarahan diskusi kepada pihak penulis sehingga dapat menyusun skripsi.
4. Dosen Pembimbing II, Hendri Jopanda, SE.,M.Si yang telah memberikan arahan dan saran kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

5. Semua Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis beserta staff TU Universitas Satya Negara Indonesia yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
6. Kepada Kedua Orang Tua saya tercinta, Ayahanda Supriadi, S.T. dan Almarhumah Ibunda Siti Maspuroh, terima kasih atas do'a dan kasih sayang yang tiada duanya.
7. Kedua Adikku tercinta (Chelsea Olivia Putri dan Fidela Syakirah) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis selama perkuliahan hingga pembuatan skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Bapak Yuli Setiawan, S.A.B.,M.M selaku dosen tetap Universitas Satya Negara Indonesia yang mendukung dan telah memberikan semangat, motivasi, serta do'a untuk penulis selama penyusunan skripsi.
9. Kepada Alumni Universitas Satya Negara Indonesia (Melasari, S.M. dan Ahmad Ryan Fadilah, S.M.) yang telah membantu penulis selama penelitian ini.
10. Teman teman seperjuangan skripsi di semester 7 (Christine, Feby, Atul dan Zahra).
11. Teman teman seperjuangan yang selalu membawa keceriaan dan selalu mendengarkan atas keluhan penulis (Heppy, Dian, Bela, Novi, Nisa, Ka Dewi, Sandra, Adha, Fanny, Silvi, Wirda, Caca, Rocki, Rizal, Solihin dan Izhar).
12. Pemilik Cafe Coffee Iseff (Ibu Ida) dan Asisten Cafe Coffee Iseff (Ka Sam).

13. Seluruh responden yang telah mengisi kuisioner untuk membantu penelitian ini.

14. Seluruh teman-teman dari kelas Manajemen yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, motivasi dan do'a untuk penulis serta perjuangan yang telah dilalui bersama selama dibangku perkuliahan.

15. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia angkatan 2019 yang telah memberikan bantuan dan dukungannya dalam menyelesaikan penelitian ini.

16. Seluruh pihak-pihak terkait yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya. Amin.

Penulis menyadari dalam penulisan proposal skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang saya miliki. Mohon maaf atas segala kekurangannya. Terima kasih, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Jakarta, 22 Februari 2023

Putri Nurjanah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Minat Beli Konsumen (Y), Strategi *E- Marketing* (X1), *Brand Awareness* (X2), Pemasaran Online (Z) Media Sosial TikTok berpengaruh positif, signifikan, pada Cafe Coffee Iseff di Kabupaten Tangerang. Metodologi penelitian menggunakan metode kuantitatif, atas data primer yang didapat dari penyebaran kuisioner 100 responden yang ingin dan yang pernah berkunjung, dan hasil penelitian didapat dari jawaban responden memakai skala likert. Dengan alat uji path analysis di aplikasi SPSS versi 25.0 2022. Hasil penelitian menyatakan Strategi *E- Marketing* tidak berpengaruh langsung, terhadap Pemasaran Online. *Brand Awareness* berpengaruh langsung, signifikan terhadap Pemasaran Online. Strategi *E- Marketing* berpengaruh langsung positif, signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. *Brand Awareness* tidak berpengaruh langsung, terhadap Minat Beli Konsumen. Pemasaran Online berpengaruh langsung terhadap Minat Beli Konsumen. Strategi *E- Marketing* tidak memiliki pengaruh tidak langsung terhadap Minat Beli Konsumen melalui Pemasaran Online. *Brand Awareness* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap Minat Beli Konsumen melalui Pemasaran Online.

Kata Kunci : Strategi *E- Marketing*, *Brand Awareness*, Pemasaran Online, dan Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine whether Consumer Purchase Interest (Y), E-Marketing Strategy (X1), Brand Awareness (X2), Online Marketing (Z) Social Media TikTok has a positive, significant effect on Cafe Coffee Iseff in Tangerang Regency. The research methodology uses quantitative methods, on primary data obtained from distributing questionnaires to 100 respondents who wish and who have visited, and the research results are obtained from the answers of respondents using a Likert scale. Using the path analysis test tool in the SPSS application version 25.0 2022. The results of the study stated that the E-Marketing Strategy had no direct effect on Online Marketing. Brand Awareness has a direct, significant effect on Online Marketing. The E-Marketing Strategy has a positive, significant direct effect on Consumer Purchase Interest. Brand Awareness has no direct effect on Consumer Purchase Interest. Online Marketing has a direct effect on Consumer Purchase Interest. The E-Marketing Strategy has no indirect effect on Consumer Purchase Interest through Online Marketing. Brand Awareness has an indirect effect on Consumer Purchase Interest through Online Marketing.

Keywords: *E-Marketing Strategy, Brand Awareness, Online Marketing, and Consumer Purchase Intention.*